

In nahezu jedem Medium und vor allem in den Regionalteilen der Zeitungen werden derzeit die Ergebnisse des INSM-Regionalranking ausgiebig zitiert. Der Rang der jeweiligen Region und die Platzierungen bei den einzelnen Indikatoren die in das Ranking eingegangen sind, werden zum Anlass genommen, ausführlich über Stärken und Schwächen von Landkreisen und Städten im gesamten Bundesgebiet zu berichten, und um örtliche Politiker, die Industrie- und Handelskammern oder sonstige Prominenz um Stellungnahmen zu bitten. Die im Ranking gut Platzierten jubeln, die schlecht Platzierten beklagen ihren Rangplatz. „München ist Top – Mecklenburg Vorpommer Flop“, „Taunus vorne, Kassel hinten“, „Sachsen weit hinten“ oder „Köln stürzt 80 Plätze ab!“, so lauten die Schlagzeilen. Was soll das INSM-Regionalranking? Welche Absicht steckt dahinter? Wolfgang Lieb

Was sind Rankings?

Rankings sind in den Wirtschaftswissenschaften, meist zwar aufwändige, aber vom theoretischen Anspruch her ziemlich schlichte Verfahren: nämlich die Bildung einer Rangfolge aufgrund von meist vom Computer miteinander verglichenen statistischen Daten. Man nehme – um den Eindruck von (umfassender) Wissenschaftlichkeit zu erwecken – möglichst viele Indikatoren, d.h. ökonomische Daten, man gewichte dann diese Daten nach einer gewissen Plausibilität oder nach der Einschätzungen von ausgewählten Experten und erstelle daraus einen Gesamtindex. Und um das trockene Zahlenwerk für den Leser spannend zu machen, bilde man eine Rangliste.

Eine solche Rangliste ist jedoch bestenfalls ein Spiegelbild der ausgewählten Indikatoren und ihrer (bewertenden) Gewichtung. Wählte man z.B in dem INSM-Regional-Ranking andere Indikatoren, also etwa Umweltbelastungen, den Flächenverbrauch oder gar die Anzahl der Tage mit Sonnenschein oder wählte man statt Wirtschaftsförderern andere Experten (also etwa Kulturfachleute oder Vertreter sozialer Organisationen) so könnte eine solche Rangliste selbst mit den gleichen Indikatoren aufgrund einer anderen Gewichtung völlig anders aussehen. Alle diese Rechenmodelle verarbeiten nur solche Daten, mit denen sie gefüttert werden. Es gilt der alte Computer-Spruch: Gibt man Mist rein, kommt Mist raus.

Schon bei der Auswahl der Indikatoren, haben also die „Ranker“ ein bestimmtes Erkenntnisziel vor Augen, wenn sie nicht gar schon eine Vermutung über das gewünschte Ergebnis haben.

Das Mindeste was man von einem Ranking erwarten müsste, ist eine theoriebasierte oder wenigstens in seiner Zielrichtung ausgewiesene Auswahl der Indikatoren. Einfacher gesagt: Welches Ziel verfolgt man bei der Auswahl der Indikatoren?

Die meisten der vom INSM-Regionalranking als Indikatoren genutzten Daten sind in

statistischen Ämtern, bei der Bundesagentur für Arbeit, aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung, in den Berichten von Banken oder z.B. aus der Kriminalitätsstatistik von den Landes- oder von den Bundeskriminalämtern abrufbar und jedenfalls Fachleuten längst bekannt.

Das „Neue“ an diesem Ranking ist, dass diese bekannten Daten in einen Zusammenhang gestellt werden, eine Rangfolge gebildet wird, um aus gewichteten quantitativen Angaben dann eine qualitative Aussage über einen Standort oder eine Region abzuleiten.

Das eigentliche Ziel des Rankings ist, aus den so ermittelten „Stärken“ und „Schwächen“ „Handlungsalternativen abzuleiten“, die eine „Statusverbesserung“ für die jeweils schlecht „gerankten“ möglich machen sollen.

Fairerweise muss man sagen, dass sich die Wissenschaftler der IW Consult GmbH in ihrem „Endbericht“ mit solchen Empfehlungen auffallend zurückhalten.

Man kann nun nicht bestreiten, dass die Daten im Einzelnen eine spezifische Aussagekraft besitzen. So kann man etwa sicher davon ausgehen, dass Regionen mit hoher Arbeitslosigkeit eben Arbeitsmarktprobleme haben oder dass dort, wo höhere Einkommenssteuern bezahlt werden, die Menschen ein höheres Einkommen haben. Problematisch werden solche Rankings, wenn aus den dort zugrunde gelegten Quantitäten auf Qualitäten geschlossen wird. Also wenn daraus ein Urteil über „gut“ oder „schlecht“ und über die Ursachen oder gar über die Verantwortlichkeit für eine bessere oder schlechtere Platzierung abgeleitet wird.

Das Regionalranking ist ein Standortranking aus der Sicht der Wirtschaft

Das Regionalranking, mit dem sich die arbeitgeberfinanzierte „Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft“ (INSM) schmückt, ist eine Auftragsarbeit ihres wissenschaftlichen Schreibtisches, dem arbeitgebernahen Institut der Deutschen Wirtschaft (IW), bzw. dessen Consult GmbH. „Die Arbeiten erfolgen häufig in enger Kooperation mit den wissenschaftlichen Fachabteilungen der Muttergesellschaft der IW Consult, dem Institut der deutschen Wirtschaft“, heißt es auf [S. 2 des Endberichts \[PDF – 2.3 MB\]](#).

Über die Auswahl der Indikatoren erfährt man in diesem Endbericht nicht viel, sie werden einfach aufgelistet. Es sei lediglich versucht worden, „Indikatoren zu finden, die mit den Zielvariablen in Zusammenhang stehen, d.h. möglichst hoch korrelieren“. Die Indikatoren reichen von der Kaufkraft, dem verfügbaren Einkommen, der Einkommensteuerkraft, über die Arbeitslosenquote, das Bruttoinlandsprodukt, die Gründungsintensität, der Zahl der Arbeitslosengeld-II-Empfänger, dem Demografie-Index, den Straftaten je 100.000 Einwohner, den Schulden der öffentlichen Haushalte, den Arbeitskosten (!) je Arbeitnehmer,

den Gewerbesteuerhebesätzen, der PKW-Fahrzeit zur nächsten Autobahn bis hin zu den Schulabgängern ohne Hauptschulabschluss oder die Kita-Betreuungsquote.

Es ist unschwer zu erkennen, dass hier überwiegend Indikatoren herangezogen wurden, die als harte oder weiche Standortfaktoren etwa für einen Investor von Bedeutung sein mögen oder aus Sicht eines Unternehmers eine Rolle bei der Auswahl eines Unternehmensstandortes spielen könnten. Es ist insofern auch nur konsequent, dass zur Gewichtung der Daten die jeweiligen Wirtschaftsfördergesellschaften als Experten herangezogen wurden.

Die Stärken und Schwächen oder die Entwicklungspotentiale der jeweiligen Regionen geben also keineswegs ein umfassendes Bild, sondern bilden die Attraktivität aus einem bestimmten Blinkwinkel, nämlich dem der Wirtschaft ab.

Dagegen wäre nichts zu sagen, wenn das auch offen so gesagt würde.

Das IW-Consult-Ranking erhebt jedoch den Anspruch „ein relativ genaues Bild von der derzeitigen Lage zu zeichnen“ (S. 4) Und mit diesem verallgemeinernden Anspruch – wie er jedenfalls von der INSM öffentlich dargestellt wird – beginnt der manipulative Umgang mit diesem Ranking.

Dafür nur ein Beispiel: Zum Indikator Arbeitskosten heißt es bei der INSM in der Rubrik [„Häufige Fragen“](#): „Die Arbeitskosten gehören zur Indikatorengruppe Standort und sind somit als Standortfaktor für Unternehmer relevant. Niedrige Arbeitskosten können für Unternehmen ein Anreiz sein, an diesem Standort zu investieren.“

Aus der Sicht eines Arbeitnehmers oder aus einer makroökonomischen Betrachtung haben die „Arbeitskosten“ aber auch einen ganz anderen Stellenwert, als für einen Unternehmer. Für den Unternehmer sind die Löhne eben ein die Gewinne schmälender Kostenfaktor, für den Arbeitnehmer sind hohe Löhne ein Gewinn für seinen Lebensstandard.

Gesamtwirtschaftlich betrachtet, bedeuten hohe Löhne eine hohe Kaufkraft und damit ein hohes Nachfragepotential.

Wozu lässt die INSM Rankings erstellen?

In der „wissenschaftlichen“ Studie wird einschränkend und korrekt darauf hingewiesen, dass etwa die ökonometrischen Schätzungen „lediglich der Orientierung“ dienen sollen und „nicht der Anspruch erhoben (wird), Wirkungszusammenhänge zu erklären“.

Was mag eine Initiative die „seit dem Jahr 2000 für marktwirtschaftliche Reformen in Deutschland arbeitet“ und die sich als „die Stimme der ökonomischen Vernunft in der Reformdebatte“ [betrachtet](#) veranlassen unter ihrem Namen ein solches Ranking zu

veröffentlichen, das keine Wirkungszusammenhänge erklären kann und somit kaum etwas zum selbst gesteckten Auftrag der „marktwirtschaftlichen Erneuerung unseres Wirtschafts- und Sozialsystems“ beitragen kann?

Die INSM ist eine vom Arbeitgeberverband der Metall- und Elektroindustrie mit knapp 9 Millionen im Jahr und insgesamt mit 100 Millionen Euro finanzierte Public Relationsorganisation. Die Initiative bezeichnet sich selbst als „kommunikativer Think Tank“. Sie braucht neben Kampagnen, Veranstaltungen und Anzeigen vor allem auch „Events“ um ins öffentliche Gespräch zu kommen. Und dazu sind sog. „wissenschaftliche“ Studien ein geeignetes Mittel.

So macht das auch die Bertelsmann Stiftung mit ihren Standort- oder ihren Hochschulrankings, so machen das die OECD oder andere Lobbyorganisationen. Gerade Rankings sind ein hervorragendes Transportmittel in die veröffentlichte Meinung. Die jeweiligen Platzierungen erregen die Neugier der Medien und der jeweils in einer „gerankten“ Institution (z.B. einer Hochschule) Tätigen oder – bei einem Regionalranking – der in einer Region Ansässigen. Man kann darauf bauen, dass die überregionalen Leitmedien die Gesamttabelle und die Schlagzeilen transportieren und die regionalen Medien bekommen Futter, um interessante Daten über das jeweilige Verbreitungsgebiet abzudrucken. Und natürlich werden dazu die örtlichen Politiker, die Kammern und Interessenvertreter um Stellungnahmen zum guten oder schlechten Abschneiden gebeten. Wie bei einer Fußballtabelle oder den Rangplätzen bei einem sportlichen Wettstreit wird mit Rankings die Lust am Wettbewerb und am Vergleichen angesprochen. Man braucht nur einmal bei der Google-News-Suche das Suchwort „INSM Regional-Ranking“ einzugeben, dann findet man belegt, dass darüber bundesweit berichtet und von regionalen Repräsentanten diskutiert wird. Und die Bild-Zeitung ist natürlich als Multiplikator [immer vorne weg](#).

Die INSM hat sich mit diesem Ranking also wieder einmal flächendeckend ins Gespräch gebracht und das mit einer von den Medien als höchst verdienstvoll behandelten „wissenschaftlichen“ (also vermeintlich neutralen) Studie.

Die INSM wird zwar in letzter Zeit in manchen Medien immerhin mit dem Adjektiv „arbeitgeberfinanziert“ oder „arbeitgebernah“ versehen, aber ansonsten übernimmt die Medienberichterstattung weitgehend die INSM-Perspektive und macht deren strategische Funktion für die Arbeitgeberverbände nicht oder nur unzureichend transparent. (So eine [Untersuchung der Universität Münster](#)).

Welche Ziele verfolgt die INSM mit solchen Rankings?

Die INSM versteht sich als „Reformportal“, ihr zentrales Thema ist die [„Erneuerung der Sozialen Marktwirtschaft“](#). Tatsächlich handelt es sich um eine [„PR-Maschine zur Bekehrung der deutschen Wähler“](#) (Harald Schumann, Tagesspiegel v. 23.10.2004) oder wie Markus Grill schon im Stern v. 17. 10. 2003 schrieb, eine Kampagnenorganisation zur [„Revolution von oben“](#). Die INSM ist eine der wenigen Organisationen die sich ganz offen [zum Neoliberalismus bekennt](#). Sie ist immer vorne mit dabei, wenn es gegen Kündigungsschutz, gegen höhere Löhne oder gegen „Lohnzusatzkosten“ geht, oder wenn es darum geht „Eigenverantwortung“ und das heißt die Privatisierung der sozialen Sicherungssysteme, Studiengebühren oder Steuersenkungen voranzutreiben, um den Staat auf seine [„Kernaufgaben“](#) zu beschränken. Die INSM war und ist ein omnipräsenter Lautsprecher für „tiefgreifende“ oder „umfassende Reformen“ und eine [ständige Erhöhung der neoliberalen Reformdosis](#). (Wenn Sie mehr über die Struktur und die Aktivitäten der INSM erfahren wollen, dann geben Sie doch einfach bei Google, die beiden Suchbegriffe [INSM und Nachdenkseiten](#) ein. Sie werden über die Fülle der Fakten überrascht sein.)

Elementare Dogmen der INSM sind: der Markt ist besser als der Staat und Wettbewerb ist das optimale Steuerungsinstrument für alle gesellschaftlichen Bereiche: [„Die Initiative hält die konsequente und konsistente wettbewerbliche Ausrichtung unserer Wirtschafts- und Sozialordnung für erforderlich“](#).

Zu dieser Wettbewerbsideologie passen Rankings vortrefflich. Sie sollen überall dort, wo kein Markt oder keine unmittelbare Konkurrenz auf einem Markt existiert einen Wettbewerb fingieren oder inszenieren – beim Regionalranking eben den Wettbewerb zwischen den Regionen.

Bei dem Regionalranking geht es der INSM nicht so sehr um die (mehr oder weniger sinnvolle) Zusammenstellung von (bekannten) Daten einer bestimmten Region und damit um eine Möglichkeit zur Selbsteinschätzung, sondern durch die Rangfolge und den Vergleich der Indikatoren soll vor allem ein Konformitäts- und Anpassungsdruck der schlechter „gerankten“ Regionen an die „Gewinner“ ausgeübt werden. Wer im Ranking am besten abschneidet, soll nach den Vorstellungen ihrer Veranstalter die Qualitätsmaßstäbe vorgeben. „Finden Sie heraus, wo ihr Landkreis oder ihre Stadt punkten kann und wo nicht“, heißt es auf der Website der INSM so schön. Es sollen also „Handlungsalternativen“ abgeleitet werden, „die eine Statusverbesserung möglich machen“. Den „schlechten Ergebnissen kann sich keines dieser Länder entziehen“, heißt es lapidar.

Wenn also Kreise und Städte aus Bayern, Baden-Württemberg und Hessen ausnahmslos die Top 25 bilden, so soll damit gleichzeitig kommuniziert werden, dass dort eine vorbildliche Standortpolitik getrieben wird und die Schlusslichter wie die Kreise Uecker-Randow oder

Demmin im Osten oder Gelsenkirchen im Westen sollen sich eben an den Spitzenreitern München, Starnberg und dem Hochtaunuskreis orientieren.

Die Gegenüberstellung von Tabellenletzten und Spitzenreitern zeigen auf den ersten Blick die Sinnlosigkeit solcher Vergleiche. Wie soll einer der dünnbesiedeltesten und ein überwiegend landwirtschaftlich geprägter Landkreis dazu noch an der polnischen Grenze liegender Landkreis wie Ücker-Randow mit der ganz in der Nähe Münchens liegenden Ausflugs- und Erholungsregion Starnberg, in der sich die meisten Millionäre ganz Deutschlands niedergelassen haben, konkurrieren?

Da kann die Landschaft an der Ostsee oder am Neuwarper See noch so einladend sein, da können die „Arbeitskosten“ noch so weit unter dem Durchschnitt liegen, da kann die Gewerbesteuer noch so tief und die Menschen noch so fleißig sein, da gibt es kaum „Handlungsalternativen“ um seinen Status gegenüber Starnberg oder dem Hochtaunuskreis zu verbessern.

Ähnlich unsinnig ist ein Vergleich zwischen dem westdeutschen Schlusslich Gelsenkirchen und beispielsweise Böblingen. Die Schalke-Stadt im nördlichen Ruhrgebiet ist vom Auslaufen des Bergbaus so gebeutelt, wie wenn in Böblingen die Computerindustrie- und der Automobilproduzent Daimler auf einen Schlag ihre Werkstore schließen würden. Würde der Kreis Groß-Gerau seinen Platz 116 im oberen Viertel des Rankings behaupten können, wenn die Opel-Werke in Rüsselsheim Pleite gingen?

Fazit:

- Das INSM- Regionalranking mag eine Fleißarbeit sein, in der viele schon längst vorhandene Daten gesammelt wurden.
- Es ist ein typisches Standortranking, d.h. die Stärken und Schwächen und die Rangfolge der Regionen werden aus der Perspektive der Wirtschaft dargestellt. Zum Aufzeigen von wirtschaftspolitischen Handlungsalternativen zur Erhöhung der Attraktivität der schlechter platzierten Wirtschaftsstandorte ist das Ranking allerdings völlig untauglich.
- Die Auflistung in einer Rangfolge setzt ausschließlich auf das die öffentliche Aufmerksamkeit erweckende, weil im vorherrschenden gesellschaftlichen Leitbild derzeit positiv besetzten Wettbewerbsprinzip.
- Durch die Betroffenheit aller Regionen verschafft sich die INSM eine flächendeckende mediale Präsenz als ein Anbieter von „wissenschaftlichen“, in ihrer ideologischen

Ausrichtung nicht unmittelbar erkennbaren Serviceleistungen für die gesamte Republik.

- Das Regionalranking ist also nichts anderes als eine geschickte Eigenwerbung für die Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft (INSM). Die Veröffentlichung soll deren Image als uneigennütziger und vertrauenswürdiger Think Tank fördern.
- Die INSM erhält und verschafft sich damit Zugang und Aufmerksamkeit bei den Meinungsmultiplikatoren, vor allem bei den Medien.
- Die öffentliche Präsenz eröffnet der INSM die Möglichkeit bei ihren weiteren Kampagnen der politischen Meinungsmache eine noch stärkere Medienpräsenz um die „[wirtschafts- und sozialpolitischen Debatten substantiell kommunikativ beeinflussen](#)“ zu können.
- Die **bezahlte** „wissenschaftliche“ Studie ist nicht mehr als eine Subvention für die die „IW Consult GmbH“, einer Tochter des arbeitgebernahen „Instituts der deutschen Wirtschaft“ (IW) und gleichzeitig – durch die breite Berichterstattung – eine **unbezahlte** Werbekampagne für die INSM.

Mit so simplen Methoden wird in Deutschland Meinung gemacht.